

ABSTRAK

RULY SANDRA, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT. Kartika Berkat Abadi Jakarta Pusat)” .(Dibimbing oleh Prof. Dr. Lia Amalia).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk , kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda di PT. Kartika Berkat Abadi Jakarta Pusat.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Alat ukur yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Regresi Linier Berganda. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen yang pernah membeli dan service Honda Di PT. Kartika Berkat Abadi Jakarta Pusat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan masing-masing nilai sig sebesar 0,006, 0,014 dan 0,004, sedangkan secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan nilai sig sebesar 0,000. Dan Harga adalah variabel yang paling dominan karena nilai signifikannya 0,004

Kata Kunci : Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

RULY SANDRA, The Influence of Product Quality, Service Quality, And Price On Consumer Satisfaction (Case Study On Honda Motorcycle Consumer At PT Kartika Berkat Abadi Central Jakarta) ". (Guided by Prof. Dr. Lia Amalia).

This study aims to determine how the influence of product quality, service quality and price to consumer satisfaction Honda motorcycles at PT. Kartika Berkat Abadi Central Jakarta.

The method of analysis in this study using Multiple Linear Regression Analysis. Measuring tool used is Test Validity, Test Reliability and Multiple Linear Regression. The number of samples in this study as many as 100 respondents who are consumers who had bought and service Honda At PT. Kartika Berkat Abadi Central Jakarta.

The results showed that product quality, service quality, and price partially significant effect on Consumer Satisfaction with each sig value of 0.006, 0.014 and 0.004, while simultaneously Product Quality, Service Quality and Price significantly influence the satisfaction with the value of sig for 0,000. And Price is the most dominant variable because its significant value is 0.004

Keywords: Product quality, service quality, price and customer satisfaction.