

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan hal penting yang harus dicapai dalam suatu layanan. Kondisi ini akhirnya menuntut perusahaan melakukan pengukuran kepuasan agar mengetahui secara detail apa saja yang menjadi faktor kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada situs jual beli *online* Lazada Indonesia (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi linier berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan sebesar 47,61% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 13,6%, pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 28,6%, dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 5,37%, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Consumer satisfaction is an important thing that must be achieved in a service. This condition ultimately requires companies to measure satisfaction in order to know in detail what factors are customer satisfaction.

This study aims to determine the effect of product quality, price, and service quality on customer satisfaction on Lazada Indonesia's online buying and selling site (Survey of the Faculty of Economics and Business, University of Pasundan) simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verification research method with a total sample of 97 respondents. Testing the research instrument using validity and reliability tests. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple linear correlation, and coefficient of determination.

The results showed that there was a positive and significant influence between product quality, price, and service quality on customer satisfaction. The magnitude of the influence of product quality, price, and service quality simultaneously is 47.61% and the rest is influenced by other variables not examined. Partially the magnitude of the influence of product quality on consumer satisfaction is 13.6%, the effect of prices on consumer satisfaction is 28.6%, and the effect of service quality on consumer satisfaction is 5.37%, so it can be concluded that prices have the greatest influence on satisfaction consumer.

Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, and Customer Satisfaction