

PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO MOERNI DI PATI

WAWAN IRAWADI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201001991@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Moerni. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau masyarakat yang membeli pada Toko Moerni di Pati. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Sumber data yang digunakan data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa : Harga, Kepercayaan dan Kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

THE EFFECT OF PRICE, TRUST AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF MOERNI STORE IN PATI

WAWAN IRAWADI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201001991@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Customer satisfaction is feeling happy or upset someone who emerged after comparing the performance (results) are considered products of the expected performance. Many factors can affect customer satisfaction, such as price, reliability and service quality . The purpose of this study was to analyze the effect of price ,trust and service quality on customer satisfaction of Moerni store.The population in this study is all customer or people who buy at the store Moerni in Pati. Samples used as much as 100 respondents. The data source used data primer by using questionnaires. Techniques used multiple regression analysis.The results of the analysis show that : Price, Trust and Service quality proved positive and significant impact on customer satisfaction.

Keyword : Price, Trust, Service Quality and Customer Satisfaction