

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh atribut produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan CV Jayamesa. Jenis penelitian ini adalah kausal komparatif.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk apar pada CV. Jayamesa yang jumlahnya tidak diketahui (*infinite*). Jumlah sampel berdasarkan rumus Lemeshow ditentukan 100 responden, teknik pengambilan sampel digunakan purposive sampling. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. dengan menggunakan program SPSS. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 408.900 dan memiliki nilai signifikansi 0,000 sehingga dapat dikatakan model regresi layak digunakan pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa: atribut produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan CV. Jayamesa, kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan CV. Jayamesa, dan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan CV. Jayamesa.

Hasil Adjusted R square sebesar 0,925 hal ini menunjukkan bahwa 92,5% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi keempat variabel dari atribut produk, kualitas layanan, dan harga, Sedangkan sisanya dijelaskan variabel lainnya.

Kata kunci: Atribut Produk, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research aimed to examine and analyze the effect of product attributes, service quality, and price on the consumers' satisfaction at CV Jayamesa. The research was causal-comparative.

The population was consumers who bought Light Fire Extinguisher products at CV. Jayamesa which had an infinite number. According to Lemeshow's formula, there were 100 respondents as the sample. Moreover, the data collection technique used purposive sampling. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS. The result of the F-test showed F-value counted was 408,900 and had a significance of 0.000. It meant the regression model was properly used.

Additionally, the result of the t-test concluded that product attributes had a positive but insignificant effect on the consumers' satisfaction at CV. Jayamesa. However, service quality had a positive and significant effect on the consumers' satisfaction at CV. Jayamesa. In contrast, price had a negative and significant effect on the consumers' satisfaction at CV. Jayamesa.

The result of the Adjusted R square was 0.925. In other words, that 92,5% consumers' satisfaction could be explained by four variables, i.e. product attributes, service quality, and price. Another percentage was explained by variables outside the research.

Keywords: *Product Attributes, Service Quality, Price, Consumers' Satisfaction*



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

1/9/23

M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center

Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia