

ABSTRAK

Perusahaan yang bergerak dalam bidang supplier bahan bangunan ini tidak luput dari persaingan tersebut, dimana suatu perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi berbagai kendala yang timbul dalam mengelola bisnisnya, juga untuk menjamin perusahaan yang bersangkutan supaya dapat beroperasi dengan efektif dan efisien. Maka dari itu perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan, dengan cara menawarkan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik. Kualitas produk dan layanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cv. Fajar Wijaya. Sampel berjumlah 80 responden yaitu para konsumen Cv. Fajar Wijaya. Penelitian ini menggunakan metode analisa Structural Equation Modeling (SEM) dan menggunakan Software SmartPLS3. Item yang digunakan dalam penelitian sudah valid mengukur variabel dibuktikan secara statistik dengan nilai alpha >0.60 antara lain 0,942 (kualitas produk), 0.896 (kualitas pelayanan), 0.779 (harga) dan 0,968 (kepuasan konsumen) Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:.. Terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan, antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis statistik didapatkan pengaruh positif dan signifikan sebesar 0.424 (kualitas produk), 0.438 (kualitas pelayanan) dan 0,135 (harga) sehingga hasil dinyatakan valid. Hasil dari analisis secara stimulan R-square menunjukkan nilai sebesar 0.965 yang berarti variabel laten endogen dalam penelitian ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 95,6% secara keseluruhan.

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

ABSTRACT

Companies engaged in the field of building material suppliers are not immune from this competition, where a company is required to be able to face various obstacles that arise in managing its business, as well as to ensure that the company concerned can operate effectively and efficiently. Therefore the company must be able to provide satisfaction to customers, by offering quality products and good service. The quality of the products and services provided by the company is in accordance with what consumers expect. This study aims to determine whether there is an effect of product quality and service quality on customer satisfaction at Cv. Fajar Wijaya. The sample amounted to 80 respondents, namely consumers of Cv. Fajar Wijaya. This study uses the Structural Equation Modeling (SEM) analysis method and uses SmartPLS3 software. The items used in the study are valid to measure variables statistically proven by alpha values > 0.60, including 0.942 (product quality), 0.896 (service quality), 0.779 (price) and 0.968 (customer satisfaction) The results of this study indicate that:. There is a strong and significant influence, between product quality, service quality and price on customer satisfaction. Based on the results of statistical analysis, a positive and significant effect of 0.424 (product quality), 0.438 (service quality) and 0.135 (price) was obtained so that the results were declared valid. The results of the R-square stimultan analysis show a value of 0.965, which means that the endogenous latent variables in this study can affect customer satisfaction by 95.6% as a whole.

Keyword : Product Quality, Quality Of Service, Price, Customer Satisfaction