

ABSTRAK

Azizah, Nur. 2022. Skripsi. **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo**. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada PT Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo dengan tujuan untuk menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) serta untuk menguji manakah yang berpengaruh dominan antara variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) PT Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo.

Jenis Penelitian dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Variabel yang digunakan meliputi variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Harga (X_3) dan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman barang pada PT Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo periode Februari 2022 sebanyak 3.128 pelanggan dengan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin sebanyak 97 responden. Penentuan sampel menggunakan sampling insidental. Pengumpulan data dengan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R Square), uji t, uji F dan uji dominan dengan bantuan SPSS Versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan dimana Kualitas Produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $5,415 >$ dari t_{tabel} 1,661, Kualitas Pelayanan diperoleh t_{hitung} sebesar $6,476 >$ dari t_{tabel} 1,661, dan Harga diperoleh t_{hitung} sebesar $5,938 >$ dari t_{tabel} 1,661. Sedangkan dari uji simultan dibuktikan bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan dimana diperoleh nilai F_{hitung} $91,870 >$ F_{tabel} 2,70. Serta membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang lebih dominan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai Standardized Coefficients Beta yaitu 0,423.

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

ABSTRACT

Azizah, Nur. 2022. *Thesis. The Effect of Product Quality, Service Quality, and Price on Customer Satisfaction of PT Pos Indonesia (Persero) Probolinggo City*. Management Study Program, Faculty of Economics, University of Panca Marga Probolinggo.

This research was conducted at PT Pos Indonesia (Persero) Probolinggo City with the aim of testing the partial and simultaneous significant effect of Product Quality (X1), Service Quality (X2) and Price (X3) on Customer Satisfaction (Y) and to test which the dominant influence between the variables of Product Quality (X1), Service Quality (X2) and Price (X3) on Customer Satisfaction (Y) PT Pos Indonesia (Persero) Probolinggo City.

The type of research in this study is a type of quantitative research with a causal associative approach. The variables used include independent variables, namely Product Quality (X1), Service Quality (X2), Price (X3) and the dependent variable, namely Customer Satisfaction (Y). The data used in this research are primary data and secondary data. The population in this study are all customers who have used the delivery service of goods at PT Pos Indonesia (Persero) Probolinggo City for the period February 2022 as many as 3,128 customers with a sample calculation using the Slovin formula as many as 97 respondents. Determination of the sample using incidental sampling. Collecting data by interview, questionnaire and documentation. The data analysis method uses validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, Coefficient of Determination Analysis (Adjusted R Square), t test, F test and dominant test with the help of SPSS Version 23.

The results showed that the variables of Product Quality, Service Quality and Price had a partially significant effect on Customer Satisfaction where Product Quality obtained a t_{count} of 5.415 > from t_{table} 1.661, Service Quality obtained t_{count} of 6.476 > from t_{table} 1.661, and Price obtained t_{count} of 5.938 > from t_{table} 1.661. Meanwhile, from the simultaneous test, it is proven that the variables of Product Quality, Service Quality and Price have a significant simultaneous effect on Customer Satisfaction where the F_{count} value is 91.870 > F_{table} 2.70. As well as proving that the service quality variable has a more dominant influence on customer satisfaction with the Standardized Coefficients Beta value of 0.423.

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