ABSTRAK

Aniswandaru, Bima. 2019. Skripsi. **Pengaruh Kualtas Produk, Kepercayaan Dan Harapan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Probolinggo**. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekomomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan terhadap Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara Kualitas Produk (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Harapan (X_3) secara simultan dan parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), serta untuk mengetahui salah satu variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan populasi sebanyak 19.303 pelanggan ditentukan sampel 100 pelanggan dengan menggunakan metode analisis data antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis (uji t, uji f, uji variabel dominan) dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hasil uji validitas semua variabel sudah valid dengan hasil lebih besar dari r tabel 0,1966 dan hasil uji reliabilitas semua variabel menghasilkan hasil yang reliabel dengan hasil lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* 0,60. hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai F_{hitung} 54,370>F_{tabel} 3,09 dengan nilai *sig.* F = 0,000<0,05, hal ini berarti variabel kualitas produk, kepercayaan dan harapan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara parsial, variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} 6,471>t_{tabel} 1,984 nilai *sig.* t = 0,000<0,025. Variabel kepercayaan diperoleh nilai t_{hitung} 3,632>t_{tabel} 1,984 nilai *sig.* t = 0,000<0,025. Untuk variabel harapan diperoleh nilai t_{hitung} 3,218>t_{tabel} 1,984 nilai *sig.* t = 0,002<0,025, hal ini berarti variabel kualitas produk, kepercayaan dan harapan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat dengan melihat nilai t hitung terbesar yang signifikan yaitu variabel kualtas produk dengan nilai t_{hitung} = 6,471 lebih besar daripada nilai t_{hitung} variabel kepercayaan = 3,632 lebih besar dari nilai t_{hitung} variabel harapan = 3,218. Hal ini berarti variabel kualitas produk berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan, Harapan, Kepuasan Pelanggan.